

# TANTANGAN BARU ERA DIGITAL



DR. SUPRIYADI, SE., M.SI

KITA MEMASUKI ERA BARU

Kebutuhan primer  
bertambah

=

KUOTA INTERNET

The 5th Wave

By Rich Tennant



“Excuse me... Is Anyone Here  
**NOT** Talking About The  
Internet...??”

# ERA DIGITAL



Revolusi Digital merupakan perubahan dari teknologi mekanik dan elektronik analog menuju ke [teknologi digital](#).

Perubahan tersebut sudah terjadi sejak era 1980-an dan terus berlanjut hingga sekarang ini dan membuat perubahan yang besar di seluruh dunia.

Revolusi Digital pada akhirnya telah mengubah perspektif seseorang dalam menjalani kehidupan yang serba modern dan canggih.

# Ekonomi Digital

- Ekonomi digital didefinisikan oleh Amir Hartman sebagai “the virtual arena in which business actually is conducted, value is created and exchanged, transactions occur, and one-to-one relationship mature by using any internet initiative as medium of exchange” (Hartman, 2000).
- Keberadaannya ditandai dengan semakin maraknya berkembang bisnis atau transaksi perdagangan yang memanfaatkan internet sebagai medium komunikasi, kolaborasi, dan kooperasi antar perusahaan atau pun antar individu.
- Tengoklah bagaimana maraknya perusahaan-perusahaan baru maupun lama yang terjun ke dalam format bisnis elektronik e-business dan e-commerce.

# Ekonomi Digital

- Untuk dapat bertahan dan memenangkan persaingan, para pemain perlu memahami karakteristik dari konsep yang menjadi landasan karena sangat berbeda dengan ekonomi klasik yang selama ini dikenal.
- Tidak jarang bahwa perusahaan harus melakukan transformasi bisnis (merubah model bisnis) agar dapat secara optimal bermain di dalam arena ekonomi digital.
- Bagi perusahaan baru (start-up company), untuk terjun ke bisnis ini biasanya lebih mudah dibandingkan dengan perusahaan yang telah lama berdiri.
- Statistik menunjukkan bahwa sebagian besar perusahaan lama yang ingin memanfaatkan keberadaan ekonomi digital harus mengadakan perubahan mendasar pada proses bisnisnya secara radikal (business process reengineering).

# Karakteristik Ekonomi Digital

1. **Knowledge:** becomes an important element of products
2. **Digitization:** Products and services forms are transformed into ones and zeroes format
3. **Virtualization:** Physical things can become virtual
4. **Molecularization:** Replacement of the mass media into molecular media
5. **Internetworking:** Networked economy with deep and reach interconnections of economic entities
6. **Disintermediation:** Elimination of intermediaries and any stand between producers and consumers

# Karakteristik Ekonomi Digital

7. **Convergence:** convergence of computing, communications, and content
8. **Innovation:** Innovation becomes the key driver of business success
9. **Prosumption:** Gap between consumers and producers blurs in a number of ways
10. **Immediacy:** It is real-time economy that occurs at the speed of light
11. **Globalization:** Knowledge knows no boundaries, there is only a world of economy
12. **Discordance:** Massive social contradictions are arising

# 1. Knowledge

- Jika di dalam ekonomi klasik tanah, gedung, buruh, dan uang merupakan faktor-faktor produksi penting, maka di dalam ekonomi digital, knowledge atau pengetahuan merupakan jenis sumber daya terpenting yang harus dimiliki organisasi.
- Faktor intelegensia dari sumber daya manusia merupakan penentu sukses tidaknya organisasi tersebut dalam mencapai obyektifnya.
- Pengetahuan kolektif inilah yang merupakan value dari perusahaan dalam proses penciptaan produk dan jasa.
- Kemajuan teknologi telah menciptakan berbagai produk kecerdasan buatan (artificial intelligence) yang membantu perusahaan untuk meningkatkan kemampuan intelegensianya (knowledge leveraging).
- Contoh produk software sistem penunjang pengambilan keputusan adalah decision support system dan expert system.
- Konsep knowledge management akan menjadi kunci keberhasilan sebuah perusahaan di era ini.

## 2. Digitization

- Digitization merupakan suatu proses transformasi informasi dari berbagai bentuk menjadi format digit “0” dan “1”
- Keberadaannya telah menghasilkan suatu perubahan besar di dalam dunia transaksi bisnis.
- Bentuk gambar dua dimensi seperti lukisan dan foto telah dapat direpresentasikan ke dalam format kumpulan bit.
- Kemajuan teknologi telekomunikasi yang memungkinkan manusia untuk saling bertukar informasi secara cepat melalui email ke seluruh penjuru dunia.
- Jika produk dan jasa yang ditawarkan dapat direpresentasikan dalam bentuk digital, maka perusahaan dapat dengan mudah dan murah menawarkan produk dan jasanya ke seluruh dunia.
- Electronic publishing, virtual book store, internet banking, dan telemedicine merupakan contoh berbagai produk dan jasa yang dapat ditawarkan di internet.

# 3. Virtualization

- Bisnis di dunia nyata membutuhkan aset-aset fisik semacam gedung dan alat-alat produksi, di dunia maya dikenal istilah virtualiasasi yang memungkinkan seseorang untuk memulai bisnisnya dengan perangkat sederhana dan dapat menjangkau seluruh calon pelanggan di dunia.
- Di dalam dunia maya, seorang pelanggan hanya berhadapan dengan sebuah situs internet sebagai sebuah perusahaan (business to consumer), demikian pula relasi antara berbagai perusahaan (business to business).
- Proses yang terjadi adalah pertukaran data dan informasi secara virtual, tanpa kehadiran fisik antara pihak-pihak atau individu yang melakukan transaksi.
- Dengan kata lain, bisnis dapat dilakukan kapan saja dan dimana saja selama 24 jam per-hari dan 7 hari seminggu secara on-line dan real time.

# 4. Molecularization

- Organisasi yang akan bertahan dalam era ekonomi digital adalah yang berhasil menerapkan bentuk molekul.
- Bentuk molekul **mudah beradaptasi** dengan setiap perubahan dinamis yang terjadi di lingkungan sekitar perusahaan.
- Seperti diketahui, pada masa ini mayoritas organisasi dikelola dengan menggunakan konsep struktur hirarkis / matriks.
- Kedua konsep ini sangat rentan terhadap perubahan sehingga akan memperlambat gerak perusahaan dalam menyesuaikan diri dengan perkembangan pasar.
- Satu hal yang harus diingat adalah bahwa terjun ke dunia maya berarti berhadapan head-to-head dengan perusahaan-perusahaan di seluruh dunia.
- Perilaku mereka setiap hari akan sangat mempengaruhi struktur pasar dan industri terkait yang seringkali akan merubah berbagai kondisi.
- Hal ini tentu saja merupakan manifestasi dari persaingan bebas dan ketat yang terjadi disamping merupakan strategi untuk memenangkan rivalitas.

# 5. Internetworking

- Tidak ada perusahaan yang dapat bekerja sendiri **tanpa** menjalin kerja sama dengan pihak-pihak lain, demikian salah satu prasyarat untuk dapat berhasil di dunia maya.
- Berdasarkan model bisnis yang dipilih, perusahaan terkait harus menentukan aktivitas inti-nya (*core activity*) dan menjalin kerja sama untuk membantu melaksanakan proses-proses penunjang (*supporting activities*).
- Contoh dari pihak-pihak yang umum dijadikan sebagai rekanan adalah vendor teknologi, content partners, merchants, pemasok (supplier), dan lain sebagainya.
- Konsep bisnis yang ingin menguasai sumber daya sendiri dari hulu ke hilir tidak akan bertahan lama di dalam ekonomi digital.

## 6. Disintermediation

- Ciri khas lain dari arena ekonomi digital adalah kecenderungan berkurangnya mediator (broker) sebagai perantara terjadinya transaksi antara pemasok dan pelanggan.
- Contohnya mediator-mediator dalam aktivitas ekonomi adalah wholesalers, retailers, broadcasters, record companies, dan lain sebagainya.
- Perusahaan-perusahaan klasik yang menggantungkan diri sebagai mediator dengan sendirinya terpaksa harus gulung tikar dengan adanya bisnis internet.
- Pasar bebas memungkinkan terjadinya transaksi antar individu tanpa harus melibatkan pihak-pihak lain.

# 7. Convergence

- Kunci sukses perusahaan dalam bisnis internet terletak pada tingkat kemampuan dan kualitas perusahaan dalam mengkonvergensi tiga sektor industri, yaitu: *computing, communications, dan content*.
- Komputer yang merupakan inti dari industri computing merupakan pusat syaraf pengolahan data dan informasi yang dibutuhkan dalam melakukan transaksi usaha.
- Adapun produk industri communications yang paling relevan adalah infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi sebagai pipa penyaluran data dan informasi dari satu tempat ke tempat lainnya.
- Persaingan sesungguhnya terletak pada industri content yang merupakan jenis pelayanan atau jasa yang ditawarkan sebuah perusahaan kepada pasar di dunia maya.
- Ketiga hal di atas merupakan syarat mutlak yang harus dimiliki dan dikuasai pemakaiannya untuk dapat berhasil menjalankan bisnis secara sukses.

# 8. Innovation

- Aktivitas di internet adalah bisnis 24 jam, bukan 8 jam seperti layaknya perusahaan-perusahaan di dunia nyata.
- Keunggulan kompetitif (competitive advantage) sangat sulit dipertahankan mengingat apa yang dilakukan seseorang atau perusahaan internet lain sangat mudah untuk ditiru.
- Oleh karena itulah inovasi secara cepat dan terus-menerus dibutuhkan agar sebuah perusahaan dapat bertahan.
- Manajemen perusahaan harus mampu menemukan cara agar para pemain kunci di dalam organisasi (manajemen dan staf) dapat selalu berinovasi seperti layaknya perusahaan-perusahaan di Silicon Valley.
- Konsep learning organization patut untuk dipertimbangkan dan diimplementasikan di dalam perusahaan.

# 9. Prosumption

- Di dalam ekonomi digital batasan antara konsumen dan produsen yang selama ini terlihat jelas menjadi kabur.
- Hampir semua konsumen teknologi informasi dapat dengan mudah menjadi produsen yang siap menawarkan produk dan jasanya kepada masyarakat dan komunitas bisnis.
- Contohnya adalah seseorang yang harus membayar 5 dolar US untuk mendapatkan akses ke dalam sebuah sistem mailing list.
- Kemudian yang bersangkutan membuat sebuah komunitas mailing list dimana setiap anggotanya harus membayar 1 dolar US kepadanya.
- Dalam waktu singkat yang bersangkutan telah dapat memperoleh untung dari usaha kecil tersebut. Dalam konteks ini, individu yang bersangkutan dikategorikan sebagai prosumer.

# 10. Immediacy

- Di dunia maya, pelanggan dihadapkan pada beragam perusahaan yang menawarkan produk atau jasa yang sama.
- Dalam memilih perusahaan, mereka hanya menggunakan tiga kriteria utama.
- Secara prinsip mereka akan mengadakan transaksi dengan perusahaan yang menawarkan produk atau jasanya secara **cheaper**, **better**, dan **faster** dibandingkan dengan perusahaan sejenis.
- Mengingat bahwa *switching cost* di internet sangat mudah dan murah, maka pelanggan akan terus menerus mencari perusahaan yang paling memberikan benefit tertinggi baginya.
- Melihat hal inilah maka perusahaan harus selalu peka terhadap berbagai kebutuhan pelanggan yang membutuhkan kepuasan pelayanan tertentu.

# 11. Globalization

- Esensi dari globalisasi adalah runtuhnya batas-batas ruang dan waktu (time and space).
- Pengetahuan atau knowledge sebagai sumber daya utama, tidak mengenal batasan geografis sehingga keberadaan entitas negara menjadi kurang relevan di dalam menjalankan konteks bisnis di dunia maya.
- Seorang kapitalis murni akan cenderung untuk melakukan bisnisnya dari sebuah tempat yang murah dan nyaman, menjual produk dan jasanya kepada masyarakat yang kaya, dan hasil keuntungannya akan ditransfer dan disimpan di bank yang paling aman dan memberikan bunga terbesar.
- Segmentasi market yang selama ini sering dilakukan berdasarkan batas-batas waktu dan ruang pun harus didefnisikan kembali mengingat bahwa seluruh masyarakat telah menjadi satu di dalam dunia maya, baik komunitas produsen maupun konsumen.

# 12. Discordance

- Ciri khas terakhir dalam ekonomi digital adalah terjadinya fenomena perubahan struktur sosial dan budaya sebagai dampak konsekuensi logis terjadinya perubahan sejumlah paradigma terkait dengan kehidupan sehari-hari.
- Semakin ringkasnya organisasi akan menyebabkan terjadinya pengangguran dimana-mana, mata pencaharian para mediator (brokers) menjadi hilang, para pekerja menjadi workoholic karena persaingan yang sangat ketat, pengaruh budaya barat sulit untuk dicegah karena dapat diakses bebas oleh siapa saja melalui internet
- Ketidaksiapan sebuah organisasi dalam menghadapi segala kemungkinan dampak negatif yang timbul akan berakibat buruk (bumerang) bagi kelangsungan hidup perusahaan.

# PERGESERAN PARADIGMA

## Shopping Activity

- (physical market vs computer)

## Product Selection Activity

- (touching vs seeing)

## Transaction Activity

- (cash and carry vs order and pay)

## Product Consumption

- (instant consumption vs delayed consumption)

## Product Delivery

- (direct vs indirect)

## Payment Activity

- (conventional vs electronic)

## Business Communication

- (high-touch vs high-tech)

# We prefer face time to screen time

Talking in person is our favourite way to communicate because it's more fun and easier to understand what other people mean. If we can't do that we text.

Our favourite way to communicate is:

- In person (49%)
- By text (33%)
- On social networks (7%)
- By phone (4%)
- On Twitter (1%)

# E-Lifestyle

TV Broadcast

Web Surfing

News

Online Stock Trade

Remote Office

Security and Surveillance

Phone, Videophone and Teleconference

e-Learning

e-Commerce

e-Community

Online Game

Movie on Demand

Music Jukebox

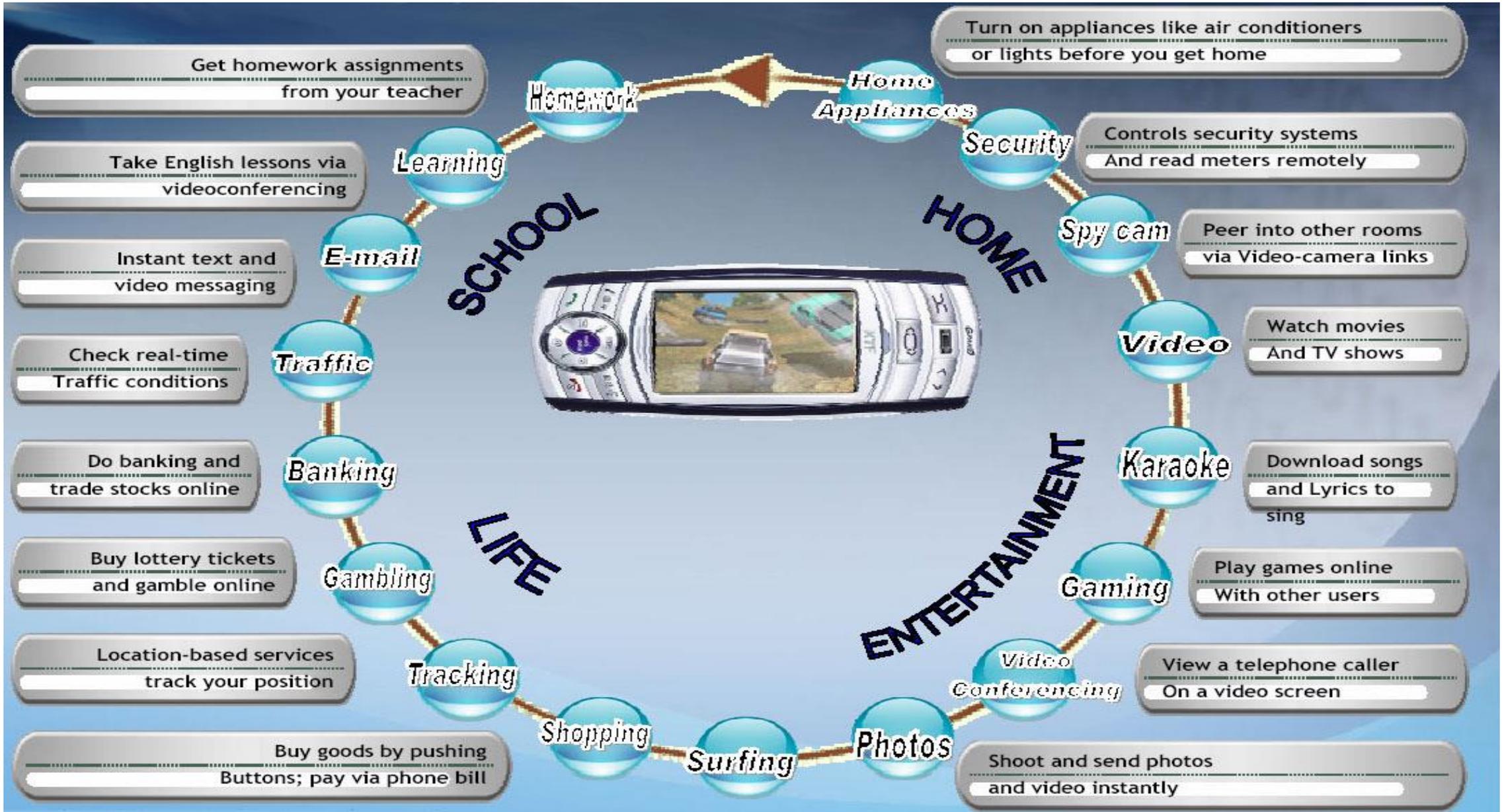
Online Banking and e-Payment

Online Gambling

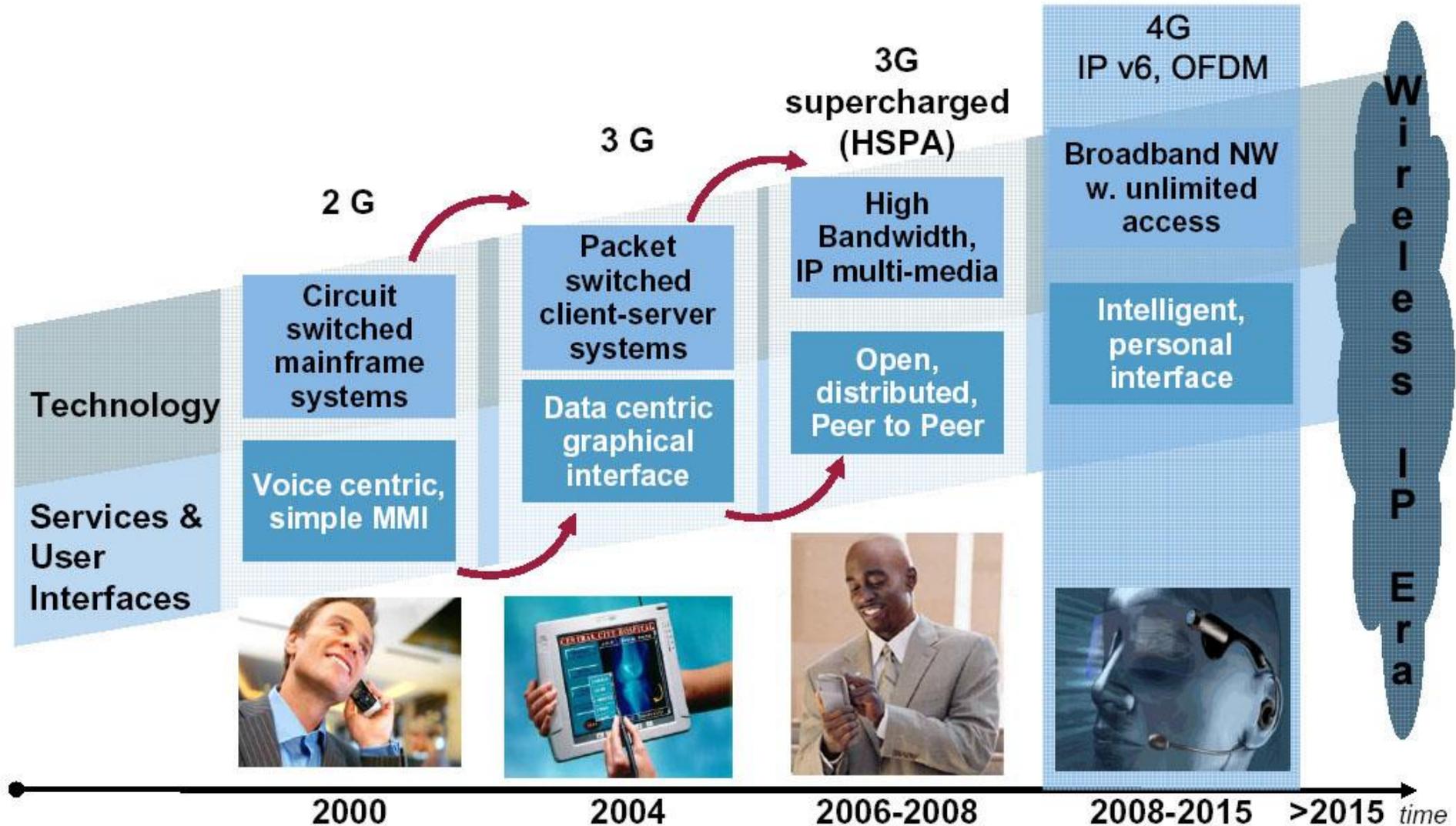
Online Dating and Adult

**e-Lifestyle through personal broadband. Enables home as well as gateway to information, business, commercial, and entertainment in digital era.**

# Mobile E-Lifestyle



# Revolusi Teknologi Seluler



# Revolusi Jenis Konten Media



Hiburan



Interaktif Q



Sepak Bola



Email



Belanja



Share Info





# Internet Society



# How Consumer use media

- **Media:** communication technologies used to consume and create messages and images
- **Includes:** TV, video games, internet, mobile phones, books, magazines
- **Consumer use media to:**
  - Socialise,
  - Communicate,
  - Create,
  - Play,
  - Learn.

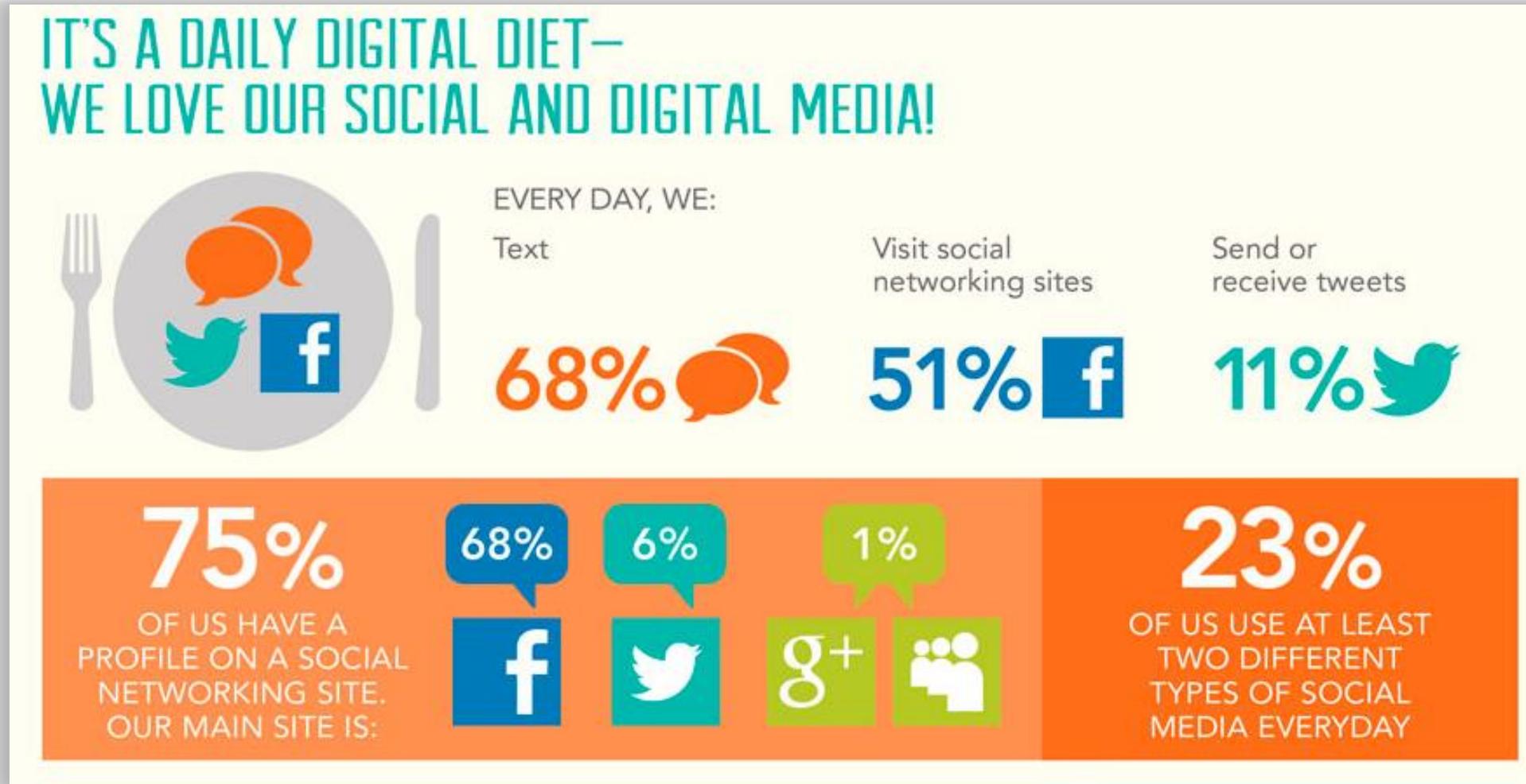
# Produk Revolusi Digital : Media Sosial



# How consumer use social media

- **Social Media:** web and mobile technologies that facilitate communication between people & organisations
- **Social Networks:** websites that allow kids to connect with friends, friends of friends and family
- **Communication ‘hubs’:** where kids ‘friend’ one another, ‘write on walls’, post public and private thoughts, and post comments, pictures and links to music
- **Most popular Social Media sites with kids:** Facebook, WebKinz, Kik, Instagram, Tumblr, Skype, Twitter, YouTube

# How Consumer feel about social media

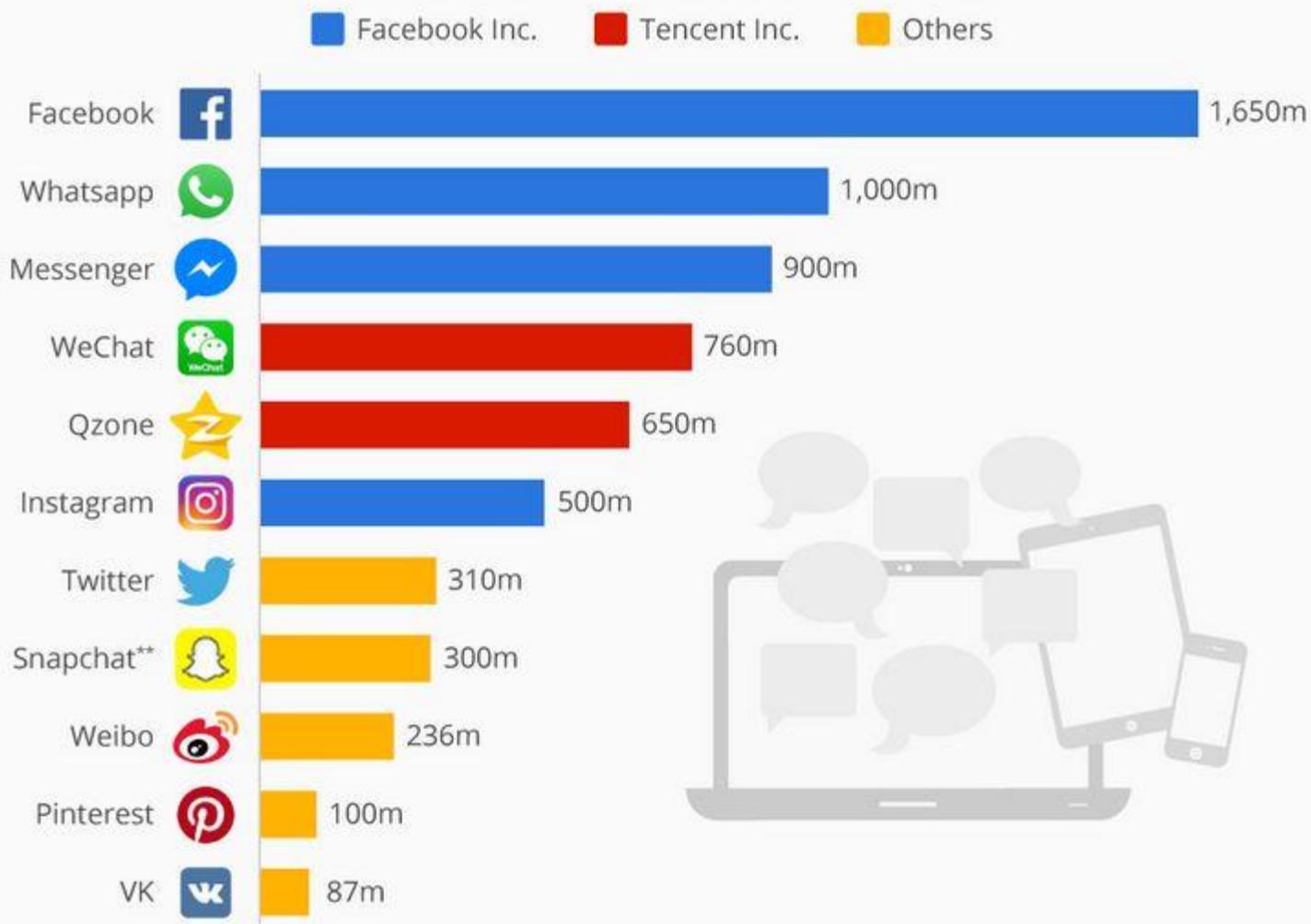


Source: Common Sense Media: Social Media, Social Life - How Teens View Their Digital Lives - 2012

Medsos  
yang paling  
banyak  
digunakan

## Facebook Inc. Dominates the Social Media Landscape

Monthly active users of selected social networks and messaging services\*



@StatistaCharts

\* latest available data (Dec. 2015 - Jun. 2016)

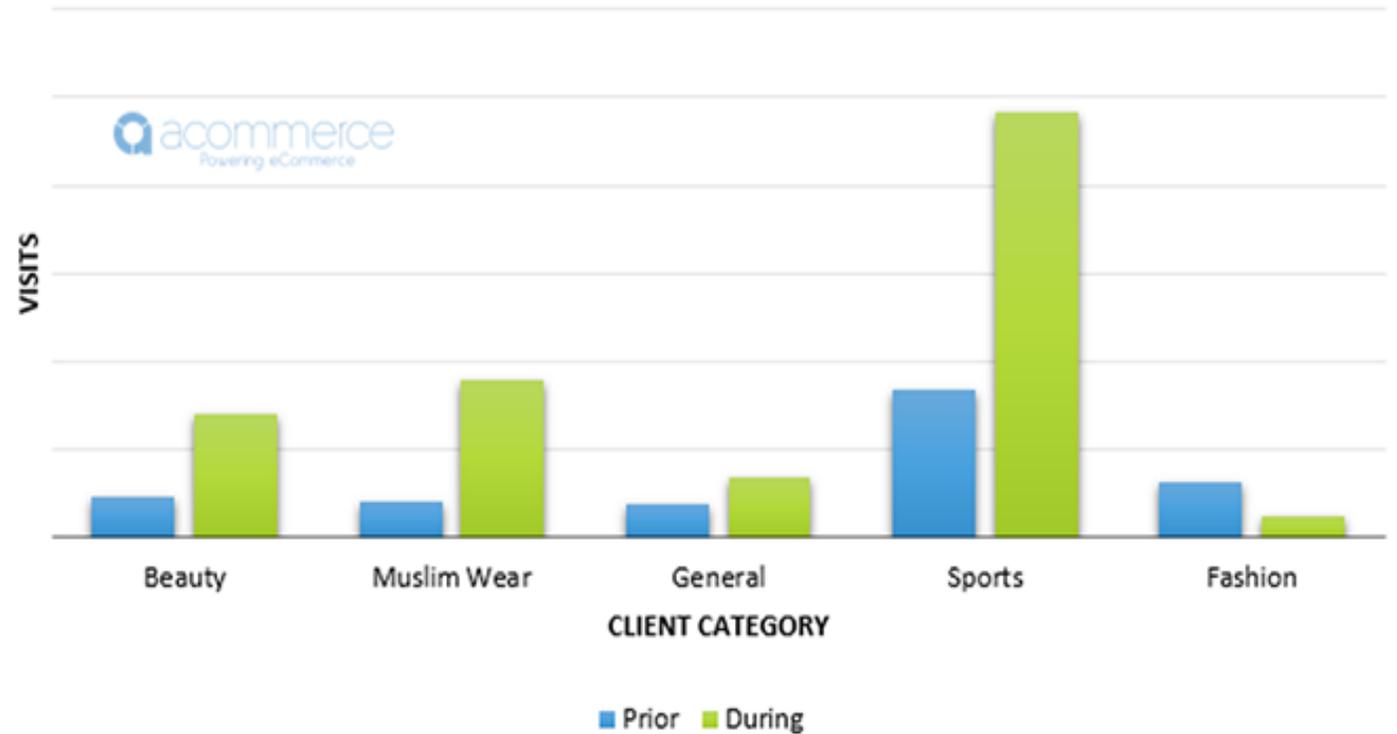
\*\* estimate

Sources: Company Information; Statista Digital Market Outlook

statista

- Online shopping in Indonesia: Serving consumer's shifting attitudes and behavior

Average Visits at 4 am Before and During Ramadan in Indonesia (Fig. 2)



Source: aCommerce Indonesia Data, July 2014

# SOCMED Contact Center: One of the Best in the World

Here are the brands that did the best responding to customer questions quickly and often.

### Fastest Responding Companies

	Total Questions	Question Response Rate	Question Response Time
 Halo BCA Indonesia	5 703	95.46 %	2 MINS
 Virgin Trains United Kingdom	8 590	81.53 %	5 MINS
 du United Arab Emirates	1 331	83.85 %	5 MINS
 National Rail United Kingdom	3 621	86.96 %	7 MINS
 Etisalat Misr Egypt	1 790	84.69 %	7 MINS

Data Range: April 1, 2014 to June 30, 2014 (Q2 2014)



## SOCMED Contact Center: Facebook and Twitter are Essentials



**INFO**  
KEMENHUB

**1 TAHUN LAYANAN  
CONTACT CENTER 151**  
16 DESEMBER 2014 - 16 DESEMBER 2015

 Kemenhub 151    @kemenhub151    Call Center 151

 info151@dephub.go.id    1151

 KEMENTERIAN PERHUBUNGAN

## SOCMED Contact Center: Facebook and Twitter are Essentials



The infographic features a central blue circle with the text "PLN 123" in yellow. Five lines radiate from this center to five circular icons: a red globe at the top, an orange envelope on the left, a green telephone handset on the right, a blue Facebook 'f' logo at the bottom-left, and a blue Twitter bird logo at the bottom-right. To the right of these icons is a list of contact details, each preceded by a small version of the icon it represents.

-  [www.pln.co.id](http://www.pln.co.id)
-  (kode area)123
-  [pln123@pln.co.id](mailto:pln123@pln.co.id)
-  PLN 123
-  @pln\_123

**Akses tanpa batas**  
Penyambungan Baru, Perubahan Daya, Penyambungan Sementara \*)  
**Contact Center PLN 123**

\*) Penyambungan Sementara untuk keperluan tertentu



## SOCMED marketing: Informal approach give more positive effects



**TNI Angkatan Udara** @\_TNIAU

4d

Tunggu pengumumannya bulan depan ya Mas. Tapi ingat, laki2 yg suka galau agak sulit melewati tes Kesehatan Jiwa.

**Yudhistira Ahmad** @yudh\_ais

@\_TNIAU mau brtanya tentang siswa Sma/ma ips laki laki bisa tidak mendaftar di Bintara PK, mohon di bales min sudah galau akut :'(

---

## SOCMED marketing: joke sells



-  
**SOCMED marketing:  
joke sells**



**Alfamart** @AlfamartToko

1h

Alfamart punya celana dalam sendiri,  
indomaret ngga.



99



3



**Indomaret** @InfoIndomaret

14m

@AlfamartToko kalo apa-apa tuh  
gugling dulu



23



2

---

## SOCMED marketing: joke + politeness



## SOCMED marketing: no to dark jokes



The image shows a screenshot of a tweet from the official Twitter account of Lion Air. The tweet is in Indonesian and discusses flight delays. The text of the tweet is: "Tweeps dalam penerbangan kalian pilih mana? Kena delay atau ngga pernah sampai 😊 selamat malam. Salam #LIONAIR". The tweet has 126 retweets and 11 favorites. The tweet is dated 6:51 PM on February 26, 2015. The interface includes a profile picture of Lion Air, the name "Official Lion Air", the handle "@OfficialLionAir", a settings gear icon, and a "Follow" button. Below the text are icons for reply, retweet, favorite, and a menu. At the bottom, there are small profile pictures of users who interacted with the tweet.

 **Official Lion Air**  
@OfficialLionAir

⚙️ [Follow](#)

Tweeps dalam penerbangan kalian pilih mana? Kena delay atau ngga pernah sampai 😊 selamat malam. Salam #LIONAIR

[View translation](#)

↩️ ↻ ⭐ ⋮

RETWEETS 126 FAVORITES 11

6:51 PM - 26 Feb 2015

# TANTANGAN RISET



*Terima kasih.....*

*See you next time....!!!*